

数字传播视域下非遗守艺人的抖音“破圈”现象研究

李雨哲¹, 陈卓蕊¹, 李雨佳²

¹吉首大学文学与新媒体学院, 湖南 吉首

²吉首大学马克思主义学院, 湖南 吉首

收稿日期: 2025年10月11日; 录用日期: 2025年11月13日; 发布日期: 2025年11月21日

摘要

在如今数字化传播的大环境下, 抖音为非遗传承创造了新机会。本文以抖音非遗守艺人为研究对象, 深入分析非遗数字化传播的过程。通过对比头部与非头部账号传播差异可以发现, 平台的扶持、多元化的叙事方式以及互动产生的共鸣, 推动着非遗“破圈”。然而, 数字化传播也伴随文化挪用、内涵稀释及数字鸿沟等潜在风险, 当前非遗传播还存在内容同质化、创作主体分化、互动浅层化等问题。为此, 本文提出深耕精品内容、提升创作素养、引导用户认知等优化策略, 目的是推动非遗在抖音上的可持续传播, 为非遗数字化传承提供理论与实践方面的参考。

关键词

抖音, 非遗短视频, 非遗守艺人, 破圈传播

A Study on the “Breaking the Circle” Phenomenon of Intangible Cultural Heritage Guardians on Douyin from the Perspective of Digital Communication

Yuzhe Li¹, Zhuorui Chen¹, Yujia Li²

¹School of Literature and New Media, Jishou University, Jishou Hunan

²School of Marxism, Jishou University, Jishou Hunan

Received: October 11, 2025; accepted: November 13, 2025; published: November 21, 2025

文章引用: 李雨哲, 陈卓蕊, 李雨佳. 数字传播视域下非遗守艺人的抖音“破圈”现象研究[J]. 新闻传播科学, 2025, 13(11): 1979-1986. DOI: 10.12677/jc.2025.1311280

Abstract

In today's digital communication environment, Douyin has created new opportunities for the inheritance of intangible cultural heritage. This paper takes Douyin intangible cultural heritage guardians as the research object and analyzes in depth the process of digital communication of intangible cultural heritage. By comparing the differences in communication between top and non-top accounts, it can be found that platform support, diversified narrative methods, and the resonance generated by interaction are promoting the "breaking the circle" of intangible cultural heritage. However, digital communication is also accompanied by potential risks such as cultural appropriation, dilution of connotation, and digital divide. Currently, the communication of intangible cultural heritage also suffers from problems such as content homogenization, differentiation of creative subjects, and superficial interaction. To this end, this paper proposes optimization strategies such as cultivating high-quality content, improving creative literacy, and guiding user cognition, with the aim of promoting the sustainable communication of intangible cultural heritage on Douyin and providing theoretical and practical references for the digital inheritance of intangible cultural heritage.

Keywords

Douyin, Intangible Cultural Heritage Short Videos, Intangible Cultural Heritage Guardians, Breaking the Circle Communication

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 数字传播视域下的非遗传播现象概述

1.1. 媒介变革场景中的非遗传播样态

媒介技术的不断发展,让非遗传播的模式也发生了改变。从口语、文字、印刷、电子到网络传播时代,非遗传播逐步从单向输出转向多元交互,形成不同传播形态“叠加共生”的局面。抖音、B站等新媒体平台凭借庞大用户基础和互动性强等优势,成为非遗传播的主要阵地。传承人利用数字化手段,将传统文化与现代审美结合起来,推动非遗文化突破原有界限进行传播。AR(虚拟现实)、VR(增强现实)沉浸式展览、人工智能、5G等技术,进一步拓展了非遗文化的传播途径。在新媒体技术的帮助下,非遗活态传承以丰富、立体且鲜活的形式呈现,并延伸至更为广阔的传播空间。在这个过程中,不仅打破了传统传播的固定界限,还为非遗的传承、动态发展和持续留存赋予了新的意义¹。

1. Web1.0 时代(门户网站图文传播)

政府与文化机构主导建立非遗门户网站,大部分省份早期都建立了自己的非物质文化遗产门户网站。这一时期,由于技术限制,网页主要停留在静态资源层次上,资源的采集量小,不够聚合。网站上非遗信息主要以图文形式呈现,内容大多与非遗文化的宣传报道、知识科普或数据更新有关。一些特殊的传统非遗文化如音乐类非遗,由于缺乏音乐素材的展示,传播效果不尽人意。非遗门户网站进行数字化非遗传播存在单向传播、覆盖范围有限等缺点,但也为非遗数据的长期保存和后续技术融合奠定了基础。

¹抖音:《抖音 2024 非遗报告:30 岁以下传承人同比增长 72%》。

<https://mp.weixin.qq.com/s/Gk3UIaey0ecyLQUOfEIRRG>, 2024-06-10.

2. Web2.0 时代(社交媒体互动传播)

短视频平台崛起彻底激活非遗传播。抖音凭借庞大用户基数成为佼佼者。近年来,抖音陆续开展“非遗合伙人”“抖音非遗计划”系列活动,以“短视频+直播”推动非遗全民化。《2024 抖音非遗数据报告》显示,2024 年共有 1379 万网友在抖音分享自己的非遗体验²,这凸显了用户对非遗短视频的高互动欲,这一过程包含着互动行为。亨利·詹金斯在《文本盗猎者:电视粉丝与参与式文化》一书中提出参与式文化,用于描述媒介文化中的互动现象[1]。由于平台具备低门槛属性,每个用户都能够参与到非遗文化的传播活动当中,这一特性为非遗社群用户集体身份认同的构建创造了有利条件[2]。在抖音,观看非遗短视频的用户因为共同的兴趣和情感号召,对视频内容进行点赞、评论、收藏和转发,一系列行为具有明显的社群属性,奠定了集体身份认同的基础。同时,这一过程还会进一步吸引“潜水”用户们的目光。此刻,他们所有人的关注点和讨论点都在非遗短视频的内容呈现上,参与式文化搭建了身份认同桥梁,用户之间产生了共享的情感认知体验,实现了情感上的共鸣与认同。除短视频外,抖音还大力扶持非遗直播。2025 年春节期间,抖音非遗直播日均达 17.3 万场,总场次超 600 万场³。非遗主播借直播与用户实时互动,直播间用户对非遗文化与产品形成情感认同,主播还通过电商带货完成非遗产品商业化变现。在 web2.0 时代,社交媒体的互动传播助力非遗短视频成功出圈,实现从小众文化到大众文化的转变。

3. Web3.0 时代(技术驱动场景化传播)

Web3.0 时代的非遗场景化传播呈现出以区块链、人工智能、元宇宙等核心技术为驱动,“线上+线下”跨界融合的特点。非遗场景传播依托互联网技术、虚拟现实技术等手段,以场景内人物与事件的创设作为有效传播途径,聚焦特定时空的人物与事件开展整体性呈现,进而达成非遗沉浸式、活态化的传播效果[3]。

随着 3D 建模、AR、VR 和人工智能等技术的发展,非遗传播正从信息传播走向场景传播。广州非遗街区元宇宙以北京路文化旅游区为原型打造数字孪生场景,呈现具有传统特色的非遗集市,以 3D 建模展示超高清非遗精品;西安鼓乐通过 VR 技术,让观众“置身”唐代乐坊演奏;自贡灯会通过 AR 扫描灯笼,可触发《山海经》神兽互动。通过技术赋能,非遗文化完成了数字化存档。借助数字技术搭建的场景,用户得以沉浸式感受非遗文化魅力。与此同时,场景内将非遗的历史底蕴与当代发展紧密串联,促使大众形成基于共同文化意义的情感认知,显著增强了用户对非遗文化的情感联结与身份认同[3]。Web3.0 时代的非遗传播以技术为翼,用户为中心,通过场景化、社交化重构非遗的当代价值。

1.2. 抖音平台非遗传播的崛起

自 2019 年来,抖音已经是中国最大的知识、艺术和非遗传播平台。目前,抖音非遗创作者数量爆发式增长,推动非遗文化传播破圈,这些非遗创作者也被大众称为非遗守艺人。本文选取“彭南科”“朱铁雄”“李子柒”等百万粉丝以上头部账号为分析对象,他们三人覆盖了非遗传播的多元模式,反映了非遗短视频的发展趋势。另以“非遗流湖棕编”“非遗苏绣(谷绣堂)”“梁盛萍剪纸非遗”等十万粉丝以下非头部账号为对照组,从账号主页、内容呈现与叙事策略等方面分析两类账号差异,涉及数据均为 2025 年 4 月 15 日检索所得。

1. 头部账号:专业性强,叙事精良

在抖音,彭南科拥有 705.9 万粉丝,他以“乡村守艺人”的身份走红,以古法技艺复刻为核心。朱铁雄拥有 2525.8 万粉丝,因震撼的特效变装和感人的叙事内核迅速走红,被网友称为“国风变装天花板”。李子柒是抖音乃至全球短视频领域的现象级文化 IP,仅抖音平台就拥有 6080.6 万粉丝,她的作品以“田

²谁最中国:《我们在「拼凑」生活?》, <https://mp.weixin.qq.com/s/YxhScJEKC9zraoEZIAaZDQ>, 2025-02-27。

³抖音:《2025 年抖音春节非遗数据报告》, <https://mp.weixin.qq.com/s/8hRtEuPRS6lYCMayZ0CMXg>, 2025-02-17。

园诗意 + 非遗传承”为核心特色，被誉为“东方美食生活家”。

头部账号在账号主页、内容呈现与叙事策略上均体现出高度的专业性与一致性。

从账号主页看，彭南科账号形象与“乡村守艺人”定位高度契合，背景图、封面及合集设置均围绕古法技艺展开。朱铁雄账号突出“国风变装”“英雄梦”等元素，IP 形象鲜明统一。李子柒账号则充满古风诗意，通过人物抓拍封面和“东方非遗传承”等合集强化品牌[4]。

在内容呈现上，彭南科的视频多以青山绿水、乡村古屋为背景，按古法记录非遗技艺制作过程，画面色彩鲜明，采用 4 K 微距镜头捕捉细节，光影构图具电影质感。李子柒视频以非遗工艺品复刻为主，叙事更日常化、生活化。其回归作品《雕漆隐花》，运用 4 K 超清横屏宽幅，大量空镜、远景和延时摄影，色调饱满且具中式配色。彭南科和李子柒的非遗场景构建基于乡村自然环境，唤醒了都市用户对“慢生活”的情感共鸣。朱铁雄的视频以剧情演绎为主，融合传统文化与国风变装，如英歌舞主题变装视频，通过特效剪辑瞬间切换装束，配合激昂鼓点，画面极具视觉冲击力。

在叙事策略上，彭南科作品节奏缓慢沉稳，纪实性强，突出匠人精神。李子柒将非遗融入生活，以亲情为底色增添故事性，画面唯美精致。朱铁雄运用“故事 + 变装特效”形式，将非遗融入戏剧化情节，通过矛盾冲突与悬念推动故事发展，并融入亲情叙事元素。同时，其作品融入亲情叙事元素如英歌舞视频中母亲缝衣细节[5]。

2. 非头部账号：表达局限，叙事松散

在抖音，非遗流湖棕编(简称流湖棕编)拥有 7.3 万粉丝，非遗苏绣(谷绣堂) (简称谷绣堂)拥有 2.4 万粉丝，梁盛萍剪纸非遗(简称梁盛萍)拥有 6.5 万粉丝。

从账号主页看，都采用“本人 + 非遗”合照，简介突出传承人身份或成果。然而，其内容仍呈现问题，流湖棕编画质模糊，风格随意；梁盛萍多直接剪辑直播素材，长镜头未优化；谷绣堂虽画质清晰但营销气息浓厚。叙事策略上，流湖棕编和梁盛萍采用松散平铺叙事，忽视过程挖掘与文化内涵，节奏拖沓；谷绣堂节奏快但剪辑杂乱，过度追求销售转化，难以触动情感。

综上所述，头部账号通过专业化运营和 IP 化打造实现破圈传播。相比之下，非头部账号普遍面临内容表面化、叙事松散、急于变现及制作粗糙等问题，导致用户留存率低。非遗短视频的长远发展，需要创作者兼顾技术运用与文化内涵挖掘。头部账号的成功经验可为中小创作者提供借鉴，同时，平台也应完善扶持政策，推动非遗传播从单纯追求流量，转向注重文化价值引领，实现可持续发展。

2. 抖音平台非遗守艺人的破圈动因

抖音在非遗传播破圈进程中发挥关键作用，该平台搭建起文化传播场域，以算法推荐与流量扶持提供传播基础。非遗守艺人、创作者等多元主体通过创新叙事，赋予非遗鲜活生命力。用户深度参与互动促使非遗内容广泛扩散，持续优化平台生态。基于上述传播现状，我们具体分析影响当前非遗传播破圈的这三个关键因素。

1. 平台扶持与算法赋能

近年来，抖音陆续发起“抖音合伙人”“抖音非遗计划”“非遗贺新春”等项目，持续扶持非遗项目、传承人和创作者。2025 年，大家度过了首个“非遗春节”。春节期间，抖音官方发布了#非遗贺新春话题活动，总播放量超 27 亿次。逢此佳节，抖音非遗计划还联合多方共创《非遗贺新春》贺岁短片，播放量超 1000 万，直接登顶热榜第一。同时，平台新增大量非遗视频，总投稿量近 5000 万，总播放量 1679 亿，分享量同比增长 78%⁴。

计算机算法的发展生成了众多基于兴趣、关系、观点为维系要素的网络社区，短视频的快速崛起使

⁴抖音：《2025 年抖音春节非遗数据报告》，<https://mp.weixin.qq.com/s/8hRtEuPRS6lYCMayZ0CMXg>, 2025-02-17。

网络社区用户体量增大[6], 抖音的算法机制呈现出“精准有效、千人千面、标签化、干预推荐”等特征[7]。在抖音, “非遗”是较为常见的算法推荐标签, 非遗守艺人们几乎每条视频下都会带上相关话题。如彭南科《皮影》视频带#非遗守护人标签, 国翠儿《24 节气》视频带#百 young 非遗计划标签, 经常浏览非遗守艺人视频的用户就更容易被推送相关内容。抖音基于用户历史行为和相似用户行为数据, 利用协同过滤算法及内容推荐算法, 为用户优先推荐非遗守艺人信息和技艺展示内容。同时, 抖音凭借短视频和直播, 让非遗被更多人看见, 使非遗传播更具广度与深度。

2. 多元主体与数字化叙事

在社交媒体“非遗热”的背景下, 抖音因低门槛、流量大吸引多元非遗创作者。创作主体涵盖非遗传承人、网红博主、文化企业、政府机构、主流媒体等, 不同背景创作者各展所长: 专业传承人解读深入, 网红博主创意十足, 政府机构解读专业, 普通人也有独特见解, 这拓宽了非遗受众的范围。近几年来, 越来越多的年轻人加入非遗短视频创作这一领域, 成为转换创新的主力军。如头部非遗守艺人朱铁雄、江寻千、凌云等人都是 95 后, 山白更是 00 后, 这使得非遗传承后继乏人的难题得到了一定缓解。

抖音的数字化叙事呈现多模态特征, 其叙事文本与传统纸质文本存在显著差异。作为新兴文本形态, 短视频故事的文本符号更倚重图像化元素, 视觉属性尤为突出[8]。非遗守艺人们除了要学习非遗技艺外, 还要思考如何最大限度发挥出可视化文本的传播效果。在朱铁雄的视频中, 最令人惊艳的就是视觉效果拉满的变装环节。他发布的变装视频合集获得了 1227.3 万点赞, 26.9 万评论和 178.8 万转发。国翠儿的视频以“非遗科普 + 真人演绎 + 炫酷特效”为特色, 将京剧、汉服、剪纸等传统元素与数字技术融合。她的汉服科普视频在抖音获得了 804.2 万点赞, 15.5 万评论和 140.8 万转发。这种可视化文本展现出的传播效果是巨大的。

3. 互动参与与情感共鸣

作为极具代表性的社交互动平台, 抖音上非遗短视频的传播, 本质是传者与受者持续交流、共同参与与文化建构的融合进程。用户可通过点赞、评论、分享感兴趣的非遗短视频, 与非遗传承人展开互动, 还能在评论区与其他用户交流, 从而在拟社会交往中建立起情感联结[9]。

在彭南科非遗皮影视频评论区, 网友分享自制陕西华县皮影获 2.6 万点赞、459 条回复, 有人讲述父亲手艺故事, 彭南科也表达了对非遗传承人的敬意。朱铁雄英歌舞视频评论区互动热烈, 朱铁雄感谢拍摄团队, 许多网友被剧情感动, 纷纷留言“泪目”。此外, 视频中截肢少年角色引发共鸣, 有网友晒金属假肢留言“你是演的我却是真的。”获 5.7 万点赞和 2935 条回复, 其中“来, 跑起来, 不用等风来, 自己就是风。”等暖心鼓励话语, 点赞量达 1.1 万。朱铁雄作为剧情演绎类的博主, 他在挖掘故事文本表达的情感和意义的同时, 会寻求与用户的情感共鸣点, 通过“场景构建 + 情感叙事”, 将孝顺、仁爱、爱国等价值观投射到剧情之中, 实现用户的情感认同和沉浸式体验, 让非遗破圈传播。用户在评论区留言, 在一定程度上能加深对非遗文化的理解, 这种互动参与让他们切实融入非遗数字化传播的构建环节之中[10]。

再者, 抖音还提供了非遗直播、非遗挑战和话题标签等活动, 鼓励用户去挑战模仿, 这样也能进一步增强他们的互动性和参与度, 例如#英歌舞相关话题播放量突破百亿, 全网风靡的英歌舞也登上了 2024 年春晚舞台。

非遗传播能够破圈, 是平台、叙事与互动共同作用的结果。抖音通过算法推荐和平台扶持(如#非遗贺新春有 1679 亿播放)搭建起技术基础, 多元主体用视觉化叙事重构文化符号(如朱铁雄的变装剧情引发用户情感共鸣), 用户通过点赞、评论以及二次创作形成参与式的传播生态。三者相互配合, 推动非遗从“静态遗产”转变为“动态实践”, 在数字化交互中实现文化认同与活态传承, 为传统文化创新传播提供了一种模式。

3. 非遗守艺人在抖音平台的传播困境及优化策略

目前, 抖音已经成为国内最大的非遗传播平台, 该平台对非遗文化的传承和传播高度重视, 非遗守艺人借助抖音实现非遗文化传播破圈, 但同时也面临一些新的困境, 以下是对非遗守艺人在抖音面临的传播困境及优化策略的具体分析。

3.1. 非遗守艺人在抖音平台的传播困境

抖音作为头部短视频平台, 吸引了无数非遗守艺人聚集于此, 他们创造了许多出圈的非遗传播内容, 但在“非遗热”的背景下, 非遗守艺人在内容、创作和互动方面也出现内容同质化蔓延, 文化深度流失; 创作主体分化, 传播质量失衡; 互动流于表面, 用户粘性不足, 以及数字化传播带来的文化挪用、内涵稀释与数字鸿沟等问题。

1. 内容同质化蔓延, 文化深度流失

当前抖音非遗短视频质量参差不齐, 部分创作在内容与形式上同质化问题突出。拿技艺类非遗短视频来说, 它的画面呈现、剪辑手法和背景音乐高度相似, 缺乏创新性与特色性[10]。抖音上关于“打铁花”技艺的视频, 许多账号重复拍摄铁水泼洒成金色火花的画面, 再搭配激昂国风背景音乐, 创作仅停留在铁花绽放的视觉呈现层面, 既未探索内容与形式的创新, 也未深入挖掘技艺背后的文化内涵。在流量至上的创作导向下, 一旦某个非遗短视频走红, 大量创作者便会争相效仿。同类型视频在短期内集中出现, 多为表面修改甚至照搬, 这种跟风剽窃的风气严重挤压了优质非遗创作者的生存空间, 也让用户产生了审美疲劳。

此外, 泛娱乐化也成为非遗短视频的一大重要隐患。固定化的叙事套路与平台算法推荐机制, 使得非遗短视频在内容生产方面呈现出“文化工业”特征, 许多视频追求轻松幽默, 内容趋于标准化、批量化, 倾向“短平快”风格或过度依赖视觉刺激, 导致文化内涵空心化, 陷入“重表象、轻内核”的创作误区。过度追求流量和视觉奇观, 可能导致非遗文化内涵被稀释, 其深厚的历史底蕴和精神价值在碎片化传播中被简化甚至曲解。

2. 创作主体分化, 传播质量失衡

由于非遗短视频创作者职业背景各异, 其影视审美标准、拍摄设备配备及制作能力存在明显差异, 进而导致影像呈现质量参差不齐。依靠专业团队的创作者, 借助精良设备与精细分工等优势, 为精心打造优质作品, 单支视频的制作周期常常长达两三个月, 其成品画面精致美妙, 更易获得观众的喜爱与支持。相较之下, 以非遗传承人、爱好者个人账号创作的群体, 因缺乏系统专业学习, 加之受文化程度、生活环境及个人理念影响, 对影片审美把控不足, 作品往往美感欠佳[11]。尤其是一些年龄偏大、单打独斗的传承人, 通过抖音传播非遗显得极其困难。这反映了数字鸿沟问题, 技术门槛和设备成本将部分真正掌握核心技艺的老一辈传承人排斥在高效传播之外, 可能导致传承主体在数字空间的缺位。

李子柒、彭南科、朱铁雄等人常常要花几个月的时间来打磨一部作品, 以此保证水准和质量, 评论区更是称他们为“全抖音不敢催更的博主, 产量极少, 质量极高”。反观之, 一些非遗守艺人账号产量虽高, 但很难引起受众共鸣, 如谷绣堂账号经常一天发布 3、4 条视频, 形式和内容极其雷同, 视频发布后通常只有几十的点赞量。长尾非遗号的内容难以曝光, 这种景观也形成了非遗传播中的马太效应。

3. 互动流于表面, 用户粘性不足

非遗短视频的制作周期较长, 账号更新频率不稳定, 较难培养用户的持续关注和互动习惯。且平台虽提供了多种互动形式, 但非遗守艺人对互动功能的运用不够充分, 大多用户以浅层互动为主, 仅停留在点赞、评论、分享阶段, 学习技艺或线下体验等深度互动较少。而平台的非遗挑战赛, 虽热度高, 但用户创作多流于形式, 缺乏文化理解。此外, 部分非遗守艺人还缺乏用户思维, 不注重与用户的互动交流,

在发布视频后，不回复或较少回复评论及私信，未形成良好的互动氛围，这也在一定程度上打击了用户参与互动的热情，此种情况常见于头部非遗守艺人。

与此同时，抖音平台的年轻用户占比较高，年轻群体兴趣分散，他们在面对非遗短视频中专业的术语、复杂的工艺流程时理解困难，往往更关注非遗短视频中呈现出的娱乐化内容，如变装、特效等，对技艺本身兴趣有限，互动意愿不强。

4. 数字化传播的潜在风险：文化挪用与内涵稀释

数字化传播在扩大非遗影响力的同时，也带来了文化挪用的风险。部分创作者为了吸引流量，可能对非遗符号进行随意嫁接、拼贴或误读，脱离其原有的文化语境和精神内核，导致传统文化的本真性受损。例如，将具有特定仪式含义的非遗元素简单用作时尚背景或娱乐道具，忽视了其背后的民族情感和历史叙事。此外，短视频的“短平快”特性，使得复杂的非遗技艺和深厚的文化内涵难以被完整呈现，容易导致文化内涵的碎片化和肤浅化理解，即“内涵稀释”。算法推荐可能加剧“信息茧房”，使用户接触到的非遗内容趋于单一化和表面化，阻碍对非遗文化深度和多样性的认知。最后，数字鸿沟问题不容忽视。许多高龄非遗传承人面临技术使用障碍，难以适应短视频平台的创作规则和快节奏互动方式，导致其在数字空间的“失语”和边缘化。这不仅影响了非遗技艺的原真性传承，也可能加剧传承代际断层。

3.2. 非遗守艺人在抖音平台的优化策略

非遗守艺人在抖音面临的内容、创作及互动困境，极大地限制了非遗文化的传播效能。本文从传者视角出发，针对现存问题提出对应策略，内容包括深耕精品内容，彰显文化价值；提升创作素养，创新传播表达；引导用户认知，激发创新活力，并关注数字化伦理等层面。

1. 深耕精品内容，彰显文化价值

非遗短视频的内容创作需彰显深厚文化底蕴，在视频时长、制作周期和叙事风格上要符合非遗技艺特征。通过这种创作方式，观众能更好地沉浸式体验、感受非遗文化的魅力。非遗守艺人应借助媒介技术优势，打造记忆点，着力突出个人风格。同时，深耕内容，提升作品的文化内涵。朱铁雄凭借“特效变装 + 情感叙事”的记忆点，形成了独树一帜的朱铁雄式国风变装，仅凭 41 部作品收获了 2525.1 万粉丝。他利用短视频演绎传统文化故事，尽管采用创新的叙事方式，但贯穿其中的文化精髓与精神品格，成为激发用户文化记忆、引发价值共鸣的核心所在[8]。

李子柒时隔三年的回归首作——《雕漆隐花》，获得了 1246.9 万的点赞量，评论区充斥着“好久不见”“欢迎回来”的字眼，#李子柒回归的词条也在短时间内冲上抖音热榜第一。14 分钟的视频时长，记录了她八个多月的学习制作过程。她以细腻的镜头语言、纯净的画面质感和舒缓的叙事节奏，将非遗技艺的精美与繁复娓娓道来[10]，以普通人的视角进行拍摄，也在一定程度上拉近了非遗与大众的距离。即使停更三年，高质量内容仍能维持粉丝粘性，李子柒的成功印证了“内容为王”的持久价值，也为非遗数字化传播提供了标杆案例。

2. 提升创作素养，创新传播表达

非遗创作者要注重提升自身的创作素养，创新传播表达。头部创作者可以创新选题，将目光放在冷门技艺的传承上，深挖非遗背后的文化 IP，从“技艺叙事”转向“故事化叙事”。中小规模创作者可利用平台的精品课程与培训资源，强化自身内容创作能力。同时，通过与专业机构、团队开展合作，以联合运营模式推进内容创新，确保非遗短视频兼具专业性与新颖性[12]。

创作者需立足受众立场，在内容编排上既要契合观众兴趣偏好，又要确保精准传递非遗文化的核心精神内涵[11]，在表达形式上要进行大胆的探索创新，非遗守艺人可以尝试将动画、特效等多种创作形式

与短视频结合,使作品变得生动有趣,提高用户的停留率;也可根据抖音快节奏的特性,通过轻量化知识输出的方式,制作30秒科普短视频,增强记忆点,以降低非遗文化的理解门槛。

4. 引导用户认知,激发创新活力

非遗守艺人要善用平台的互动功能,对于用户比较关注或一知半解的问题,可通过直播在线答疑、评论区积极回复。此外,还可通过点赞优质评论、私信社群运营等方式,缩短传受距离,增强用户黏性。守艺人可在直播中设置“在线学徒”环节,要求用户连麦提问,使用户由“观看者”转变为“参与者”,提高他们的文化认知的同时,增强其体验感与参与感^[11]。平台可推出“非遗积分系统”,用户通过点赞、评论兑换非遗体验券,这一过程将用户互动行为转化为可量化的文化资本,激发其持续参与动力。非遗守艺人可设计互动叙事的分支剧情,在评论区添加投票通道,让用户投票选择下一个展示的非遗项目,或设立“非遗灵感池”,以非遗创作基金的方式鼓励用户发散思维,打造“用户主导”的内容生态。

5. 结语

从数字传播的角度来看,抖音利用技术支持、社交互动和场景创新,给非遗文化的传承和传播开辟了新的道路。本研究从非遗守艺人在抖音上的非遗实践出发,分析了媒介形态变化如何影响非遗传播,揭示了短视频时代非遗“破圈”的内在逻辑,并探讨了其面临的潜在风险与应对策略,为非遗的数字化传承提供了理论和实践方面的参考。非遗的活态传承需要技术和人文两方面共同推动,只有在创新的同时坚守文化核心,并警惕数字化带来的伦理挑战,才能实现传统和现代的共同发展。

基金项目

本文系2024年湖南省大学生创新训练计划:新时代湘西非遗短视频平台的运营策略研究——以“手艺人彭南科”为例的结题阶段性成果之一(项目编号:S202410531090)。

参考文献

- [1] 亨利·詹金斯(Henry Jenkins),郑熙青.文本盗猎者电视粉丝与参与式文化[M].北京:北京大学出版社,2016.
- [2] 胡晓童.短视频对非遗技艺传播的革新——以抖音为例[J].新闻世界,2020(7):81-84.
- [3] 顾炳燕.非物质文化遗产的场景传播研究[D]:[硕士学位论文].杭州:浙江工商大学,2023.
- [4] 魏鹏举,魏西笑.非遗短视频发展的现象学分析:以三位抖音头部博主为观察对象[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版),2023,40(6):61-63.
- [5] 陈铮.传统文化在当代短视频中的传承策略研究——以抖音朱铁雄国风变装短视频为例[J].新闻文化建设,2022(24):24-26.
- [6] 贾兴荣,马惠兰.短视频推动民族交往交流交融的变革研究——基于社会记忆的视角[J].民族学论丛,2024(4):14-21.
- [7] 常李楠.抖音短视频算法设计赋能非遗传播的路径研究[J].艺术与设计(理论),2022,2(1):80-82.
- [8] 杜雅娟.重启文化记忆:朱铁雄短视频数字叙事策略[J].华章,2024(8):36-38.
- [9] 余榕,于静怡.“第三种文化”视域下的非遗传播创新模式研究——以抖音短视频平台为例[J].青年记者,2025(4):44-49.
- [10] 曹健嘉,刘亚男.非遗短视频内容优化路径与传播策略探究[J].东南传播,2024(9):141-144.
- [11] 李宇.短视频生态下非遗影像化创作与传播研究[D]:[硕士学位论文].西安:西安理工大学,2024.
- [12] 任城.非物质文化遗产类短视频的传播策略探析[J].传媒,2024(5):68-70.